



下载APP



用户故事 | 以学习为储备，以实践为阶梯

2020-10-28 zmk

用户体验设计实战课

[进入课程 >](#)**讲述：王惠**

时长 12:51 大小 11.78M



你好，我是专栏编辑王惠。在处理这门课程的留言时，我注意到了 zmk 同学一直在跟随辉哥的脚步，学习和实践用户体验设计的相关知识。留言的内容十分有见地、提出的问题也能看出是经过了深入思考。同时，咱们这门课也具有很强的互动性，所以我邀请他来和我们分享一下他的学习心得与体会。

你好，我是 zmk，从事交互设计工作已经有三年了。很高兴与你分享我学习《用户体验设计实战课》的心得体会。



我为什么要来学习这门课？

我想，每个刚入行的设计师应该都曾困惑过，怎样才能成为更优秀的设计师？

面对这个问题，我起初所做的只是单纯去阅读设计类文章、参加设计活动、活跃于设计社群等等，去了解一些零散的设计技巧。以为坚持如此，再加上工作经验的加持，不用许久，我便可触及知识边界，为产品助力，成为设计翘楚。

可现实却是，我之前积累的这些技巧，以及我在工作中所获得的经验，并没有非常显著地表现在职业的发展提升上，我依旧被不靠谱的产品需求所支配。

所以我就思考，如果这种学习和积累不能给我带来阶段性的积极反馈和帮助，那么我一定是弄错了方向。因为如果只是提出了问题，而没有解决方案，大概率给团队带来的只有混乱。

因此，我不再去仔细阅读同行的设计分析，而是换个方向，去了解设计这门学科是如何助力产品进行设计和产出的，去了解产品设计科学的搭建路径。我会去阅读一些阐述底层的设计逻辑、设计史一类的书籍，以及关注一些能给我带来全新理解的设计观点。比如说，我读到印象比较深刻的一本书是《精益创业》，这本书中阐述了做事的优先级，让我时刻反思着，对于设计项目，什么才是最优先解决的问题。

而对于我之前一直努力去积累的应用层面的“规矩”或者设计技巧，就只是在工作中需要用到时，才会再去了解和学习。

那么再后来，我就从 B 站上知道了辉哥，他用几节视频帮我打开了设计的思路。我发现，辉哥谈设计的时候，并不会讲“规矩”，而是只说底层逻辑和模型，所以后来我就一路追到了极客时间。

到现在，这门课程已经学习过半了，我个人感觉还是收获颇丰的。之前我也参加过大大小小的设计课程，收获却是与付出呈反比。**我想，可能不是因为知识可以明码标价，而是商人与布道者的不同抉择。**

我是怎么学习这门课的？

我学习这门课的大部分时间都是在公司，大家还没到齐，比较安静的早上。关于课程内容，在学习的过程中，我逐渐发现偏底层模型的课程有个挑战，就是虽然辉哥在讲解模型的过程中，也讲了不少相关的实际案例，但理解起来还是会觉得比较抽象，在学习时需要一定的认知基础和实践经验。不然就会陷入两个困难：

一是，无法明白模型的使用条件。我自己就犯过这样的错误，总是追求好的体验设计，而忽略了很多结果都一步步慢慢生长出来的。

二是，没有应用实践的条件。相信很多在学的同学和我一样，在实际工作中能影响的范围比较有限。

不过我仍然是持乐观态度的。因为**以体验设计的流程来看，学习为前，实践在后，是属于前期的调研积累过程。**

还有一点需要我们关注，**学习这门课程的目标，不是应用所有的理论知识，而是在解决实际的体验设计问题时，恰好有可参考的理论方法和实践依据。我们只要找准方向，为自己做增量，然后等待应用的时机。**

说到这里，我想到了罗曼·罗兰的那句名言：世界上只有一种真正的英雄主义，那就是认识生活的真相后依然爱它。

然后我还想说，课程内容虽然是一开始就定好了的，但我发现辉哥也会不断地进行迭代。我记得第 5 讲辉哥在讲解体验量化模型的时候，很多同学在留言里反馈不好理解、被质疑“内容太空”，而不久课程便补充了答疑篇，用具体的案例来帮我们更加明确体验量化的基本方法和思维方式。

那么，关于学习课程的方法，我来分享一下我的标准吧。当然，每个人的学习方式肯定会有所差异，最适合自己的就是最好的，我就来说说自己的理解。

我主要关注两个目标：**内化和索引。**

我想大家应该都知道，如果在学习后，我们没有任何思考上的差异，那就可以说是毫无收获。我们要把课程的内容吸收、容纳到自己的知识体系中，用自己的话来阐述这些规律和方法，便是关键。

比如说，我通常会边看课程内容，边在纸上画出这一讲的课程结构，这样我在看完了案例之后，就能迅速回到讲解的主要思路上。

另外，因为在设计领域中，有些概念的叫法随着学科发展会有所变化，所以我还会针对不同的叫法进行重新命名，便于我在后续应用时能快速关联起来。

与此同时，我也会结合自己以往的项目，去一一对应辉哥给出的体验设计模型，看看我曾经做对了什么，还有哪些是需要改进的。而对于一些不能立即接受的设计方法和设计观点，我会在心里为其打上存疑的印记，等待下一个证明。

然后是所谓的索引方法，就是说我会根据课程提供的体验蓝图，去检查自己有哪些知识空白，后续打算系统性地去做了解。另外，我也在通过写作去梳理自己的知识结构，去进行输出，以此作为检验自己学习成果的方式之一。

最后，关于学习，我的心得是**遇到不懂的概念、不熟悉的领域，一定要有极客精神**，知识间的联系千丝万缕，我们要刨根问底。而且，课程内容都是有自己的讲解主线和逻辑的，不可能帮你一下把各种设计问题全部讲清楚，所以时不时查些资料对学习会很有帮助。

所谓问渠哪得清如许，唯有源头活水来。要想保持思维的开放清晰，就得把这当作习惯，不断打破自己的信息茧房，保持一颗学徒的心。

学习涨智慧

在学习课程的过程中，我也趁此机会梳理了一下自己到底收获了多少，做了一份阶段性的学习总结。你可以看看我们之间有没有相似的地方，也希望我的这份总结能给你带来一些启发。

首先，感受颇深的是用户企业这个概念。起初我觉得它有些过于理想，股民都没有的权益，普通用户哪里有这待遇。后面我又看到《IDEO，设计改变一切》一书中，也提到了类似的观点，这本书的作者认为，企业未来的发展方向是把更多的选择权交还给用户，联想到现在的企业结构有些像封建制度，而用户企业这个概念有些像社会主义制度（股民可以映射为资本主义制度），只是两者的职能范围不同而已。这不同来源无意间的共鸣，着实让我有些惊叹。

然后是关于商业通识。由于我自己知识上的空白，刚开始学习这部分内容时理解难度很高，不过后来再读时已经能联想一些案例，做一些微浅的分析了。这种变化，我认为主要是得益于通过课程的学习，初步了解了商业的发展规律，能够连接起总的商业增长目标与之对应的体验设计目标。

具体来说就是，**从以前只知道设计 MVP 需要不断做验证，到后面知道要先想清楚核心竞争力、体验目标、产品路径、甚至是增长引擎，要有一个全局性的规划，最后要落实到具**

体的产品设计上。

我就拿我非常热爱的 B 站来举例分析下吧。

关于核心竞争力，我认为，之所以大家普遍看好 B 站，一个非常重要的原因就是 B 站的年龄结构非常年轻，用户粘性非常高。这些表现的背后其实是因为 UP 主这个角色的成熟，从热爱到变现，从基于兴趣这类感性的出发点，到可以实现理性上的成功，对于普通人来说，这无疑是非常具有吸引力的。这是其他平台所不具备的生长路径，也是 B 站的核心竞争力之一。与此同时，B 站也在通过如百大 UP 主等运营手段，逐渐强化 UP 主的认同感，达成自己的体验策略的闭环。

关于体验目标，根据我的观察，B 站是颇具野心的，他们希望包办所有的娱乐方式，从扩展番剧视频的购买力到邀请各路明星入驻，从线上的二次元春晚到线下的 BW 活动，从经典电影的引入到 S10 总决赛的直播，都在不断告诉年轻人“你想要的我都有”，他们现在的 Slogan 也正是“你感兴趣的视频都在 B 站”。

最后再说说我对场景服务的认知。在工作中，我们在使用体验设计方法的时候，总是说用户要完成这个目标，需要完成什么任务、可能遇到什么问题，而忽略了这些都是从理性角度分析的结果。

而在学习了课程之后，我觉得最受益的一点是，原来我们要知道，我们的用户是感性的，他们是就生活在我们身边的人。正如课程中所言，一个人到了比较正式的交际场合会表现出优雅，而在充满烟火气的路边小店会表现得非常随性。所以在做场景服务时，我们要构建恰当的氛围，准备好的体验剧本，这些润物无声的设计才是场景服务的动人之处。

联系到职业上，我也有些感悟。以往我每加入到一个团队，往往都是顺着团队的工作流程。好的工作流程就是会有优秀的矫正机制，比如说与用户保持沟通，在进入下一阶段前就及时校对，只要设计师水平不是太差，总会有个较好的产品产出。但是不好的工作流程，每个人都是一个瓶颈，如果我们单纯只专注于手头上的事，不去突破这些瓶颈，那么再厉害的设计技巧也无法给产品的交付体验带来质变。这大概也是课程中一直强调要让组织与产品设计相适应的原因。

以上这些都是我自己的理解和收获。一千个人有一千个哈姆雷特，相信你能找到自己的启发。

最后，有人说读一本书，就像交了一个朋友。而学习这门课，是遇上了一位好老师。

提建议

极客时间 3 周年

做任务
得千元礼包



【点击】 图片，立即参加 >>>

© 版权归极客邦科技所有，未经许可不得传播售卖。页面已增加防盗追踪，如有侵权极客邦将依法追究其法律责任。

上一篇 24 | 如何搭建发挥产品设计价值的流程架构？

精选留言

写留言

由作者筛选后的优质留言将会公开显示，欢迎踊跃留言。